
ФАНДРАЙЗИНГ В СИСТЕМЕ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РЕГИОНА – ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

Табачникова Мария Брониславовна, канд. экон. наук, доц.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394006; e-mail: gmasha3@gmail.com

Цель: определение состояния и перспективы использования фандрайзинга в системе ресурсного обеспечения социальных проектов. Выявление особенностей фандрайзинга в городе Воронеже в сравнении с его состоянием в России. Оценка актуальности различных инструментов фандрайзинга в России и Воронеже. *Обсуждение:* в статье приведены данные о мнениях представителей экспертного сообщества г. Воронежа и России в целом на состояние и перспективы фандрайзинга в ресурсном обеспечении социальных проектов. Сценарии развития фандрайзинга будут существенно зависеть от активности и направлений его государственного регулирования, деятельности некоммерческих организаций и электронных платежей. *Результаты:* ожидается, что в будущем российский фандрайзинг станет более системным и масштабным, усилится интернет-составляющая при сохранении важности личного контакта с донором. Будут развиваться регулярные отчисления. Выявлены инструменты фандрайзинга, имеющие различную актуальность. Наиболее актуальные: безналичные перечисления на счет организации, пожертвования по банковской карте, с использованием интернет-банкинга и электронных денег. Спорные – передача средств через ящики для пожертвований, перевод средств через платежные терминалы и sms. Теряющие актуальность – передача денег наличными лично в руки или в кассу организации, пожертвования «по квитанции».

Ключевые слова: социальный проект, фандрайзинг, инструменты фандрайзинга.

DOI: 10.17308/meps.2016.2/1396

Введение

Социальные аспекты развития современного общества широко обсуждаются в отечественной научной литературе на протяжении около трех десятилетий. Особенно интенсивными они стали в последние годы. Различные аспекты этой проблемы освещены в работах ученых воронежской школы:

Л.М. Никитиной, Б.Г. Преображенского, И.Е. Рисина, Ю.И. Трещевского и ряда других [4, 9, 10, 11, 12, 14].

Значительную роль социального проектирования в решении социальных проблем страны, регионов, муниципальных образований отмечают А.Ю. Москвина, Н.Н. Худышкина, А.Н. Чумиков, В. Гюс, А. Кан и другие отечественные и зарубежные исследователи [13, 14, 16, 17].

Организационные и институциональные аспекты фандрайзинга являются новыми объектами исследования отечественных ученых. В их числе наибольшее влияние на формирование наших взглядов оказали работы А.А. Клециной, В. Лозовану, А.В. Локалова, А.Ю. Москвиной [5, 6, 7, 8].

Проблема ресурсного обеспечения социальных проектов в настоящее время является основной, определяющей функционирование организаций, осуществляющих данный вид деятельности. Однако ей до сих пор не уделяется должного внимания. Сбор средств для организации – профессиональное занятие, которому надо учиться. Оно имеет свои тонкости, его не постигнешь только практикой. Это занятие требует полной отдачи сил. Со временем многие организации рискуют оказаться в сильной зависимости от внешних источников финансирования.

Проблема сводится к тому, что каждый раз, когда встает вопрос о продолжении финансирования той или иной организации, фонд, правительство или спонсор сами определяют, насколько это целесообразно. Естественно, организации, которые ориентируются исключительно на государственные дотации, оказываются при этом в трудном положении. Некоторые из них меняют приоритетные направления своей работы, чтобы сохранить финансирование на прежнем уровне. Те же, кто отказывается сделать это, вынуждены довольствоваться сильно урезанными фондами, что может привести к сокращению штатов, отказу от нового оборудования, невозможности продолжать обучение штатного состава и подготовку новых руководящих кадров для организации.

Однако из вышеизложенного не следует делать вывод, что организации не должны использовать внешние источники финансирования. Денежные поступления со стороны составляют основную часть ресурсной базы любой общественной организации. Но когда организация строит планы в отношении использования этих средств, не следует рассчитывать на постоянное и долговременное финансирование из одного и того же внешнего источника.

Мы рассмотрим проблему поиска и привлечения ресурсов для реализации социальных проектов с позиции фандрайзинга.

А.В. Локалов определяет фандрайзинг как сбор средств на реализацию социально значимых проектов, которые решают проблемы поддержки образования, духовной и культурной среды общества. Фандрайзингом занимаются организации образования, здравоохранения, культуры. Значение фандрайзинга увеличивается с ростом негосударственного сектора в решении проблем общества [7].

По мнению А.Н. Чумикова, фандрайзинг может осуществляться как бизнес, благотворительная или спонсорская деятельность [16].

Организация фандрайзинга предполагает поиск потенциальных источников финансирования, обоснование потребности в средствах и увязка с интересами финансовых доноров, формирование, поддержание и развитие связей с финансовыми донорами, формирование общественного мнения в пользу поддержки деятельности организации.

Фандрайзинг обычно связан с поиском средств под некоммерческие проекты, которые в принципе не могут быть реализованы в коммерческом режиме. Речь идет о поддержке социально значимых проектов и программ преимущественно в некоммерческой сфере, когда участники реализации таких проектов извлекают не прибыль, а некоторые выгоды социально-экономического, политического, коммуникативного и т. п. планов.

В фандрайзинге широко практикуются специальные разовые мероприятия – балы, вечера, конкурсы, чествования, марафоны, аукционы, подписки, презентации, конференции, обеды, во время подготовки и проведения которых привлекается внимание потенциальных доноров к проекту или программе, и одновременно собираются необходимые средства [14].

Хотя основные направления и технологии российского фандрайзинга повторяют таковые в других странах, существует специфика в развитии различных механизмов, донорского поведения, инфраструктурном и институциональном обеспечении (законодательство, платежные системы, распространение Интернета и т.д.).

Знание этой специфики и конкретных закономерностей последних лет необходимо как практикам (фандрайзерам) для эффективной работы и развития профессии, так и исследователям для понимания и прогнозирования развития гражданского общества, а также донорам и инфраструктурным организациям.

Отсутствие обстоятельного, концептуального обеспечения социальных проектов в значительной степени связано со слабостью эмпирической базы. Формирование теоретической базы на данном этапе исследований сдерживается недостатком сведений, тем более хорошо структурированных, создающих основу формулирования фундаментальных категорий, характеризующих зарождающиеся социально-экономические процессы. Ранее мы отмечали необходимость описания и систематизации фактов для глубоких теоретических исследований [11].

В данной сфере на сегодня практика существенно опережает обобщения, а инфраструктурных ресурсов немного. Поэтому динамичные исследования обладают особой ценностью. Именно такую задачу мы поставили перед собой.

Фандрайзинг в городе Воронеже – методика и результаты анализа

В нашем исследовании (май 2015) был реализован экспертный опрос

руководителей некоммерческих организаций города Воронежа, фандрайзеров, представителей доноров, студентов Воронежского государственного университета.

Важным требованием к проведению исследований данным методом является выбор респондентов. В нашем случае эксперты (интервьюируемые) должны представлять три базовых института общества: государство, бизнес, гражданское общество [13].

Учитывая невысокий уровень разработанности инструментария исследования социальных проектов в России, в качестве исходного инструмента нами предложен метод анкетирования, предоставляющий интервьюируемому широкий выбор вариантов ответов на поставленные вопросы. Анкета для интервьюирования включала 3 блока вопросов, необходимых для оценки актуальных направлений и тенденций фандрайзинга, а также возможности финансирования социальных проектов из разных источников.

Прежде всего, мы постарались оценить общие представления участников исследования о развитии профессии фандрайзера. Большая часть опрошенных считает, что профессия фандрайзера в городе Воронеже только формируется. Есть те, кто считает, что она развивается и остается на прежнем уровне развития (рис. 1).

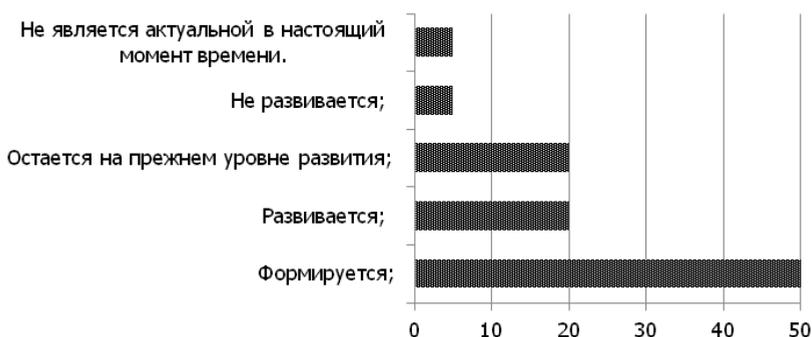


Рис. 1. Результаты ответов респондентов относительно актуальности профессии фандрайзера в городе Воронеже

Современными тенденциями, которые больше всего привлекают особое внимание опрошенных, респонденты отмечают: благотворительные мероприятия, аукционы, акции, привлечение средств через Интернет, краудфандинг, работа с частными пожертвованиями, телевизионная благотворительность, распространение тематической продукции.

Наиболее важными для воронежцев методами привлечения средств являются:

- актуальность подачи проектов на конкурс;
- электронная рассылка, по мнению респондентов, обладает определенным потенциалом в том случае, если использовать ее как регулярный канал общения с донорами, а не единовременную просьбу о помощи (в последнем случае ее легко сочтут спамом);

- ящики для пожертвования респонденты выбрали как один из самых актуальных методов в современных условиях города Воронеже;
- личные переговоры;
- мероприятия и акции;
- краудфандинг-платформы;
- привлечение средств через сайт и социальные сети конкретной организации.

Менее актуальными методами респонденты считают почтовую рассылку и продажу актуализированных благотворительных товаров некоммерческих организаций.

В вопросе об актуальных способах перечисления средств респонденты были единодушны. К актуальным можно отнести: ящики для пожертвований, безналичные перечисления на счет организации, пожертвования по банковской карте, с использованием интернет-банкинга и электронных денег. Не пользуются популярностью следующие платежные системы: передача денег наличными лично в руки или в кассу организации, пожертвования «по квитанции», хотя для ряда организаций и доноров эти способы сохраняют свою актуальность, их можно отнести к исчезающим.

Больше половины респондентов уверены, что именно совмещение онлайн- и офлайн-компетенций и методов обеспечит воронежским фандрайзерам успех в ближайшем будущем. Некоторые предрекают больший успех онлайн-фандрайзерам, однако есть и те кто по-прежнему делает ставку на офлайн (рис. 2).



Рис. 2. Результаты опроса респондентов относительно успешности онлайн- и офлайн-технологий фандрайзинга

Наиболее привлекательными для доноров темами для привлечения средств респонденты называют: поддержка людей, попавших в сложную жизненную ситуацию; образование одаренных детей; поддержка людей с ограниченными возможностями; помощь при стихийных бедствиях; оказание помощи больным детям. Менее привлекательными являются политически темы, оказание помощи бездомным, правозащита.

Почти все респонденты уверены, что между регионами есть определенные различия в фандрайзинге (рис. 3).

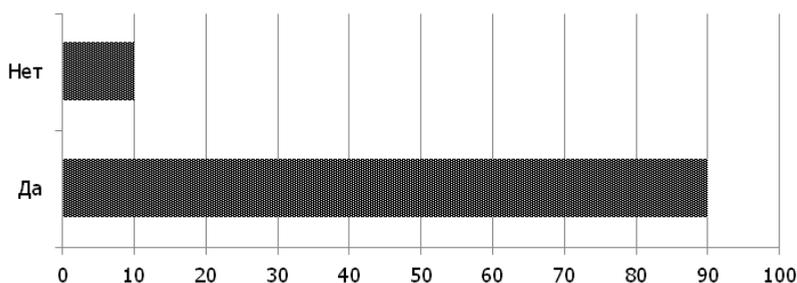


Рис. 3. Результаты ответов респондентов на вопрос относительно региональных различий фандрайзинга (Отличается ли фандрайзинг в вашем регионе от других регионов?)

По данным нашего опроса, респонденты считают, что в других регионах выше доверие к некоммерческим организациям, больше готовность частных доноров жертвовать.

Согласно ответам респондентов на вопрос об актуальных источниках привлечения средств в городе Воронеже, все источники обладают высокой актуальностью, что лишний раз говорит о достаточно благоприятной среде для развития фандрайзинга в Воронеже. Несколько менее актуальными, чем остальные источники, были признаны средства негосударственных фондов. Наиболее актуальны, по мнению респондентов, частные пожертвования (рис. 4).

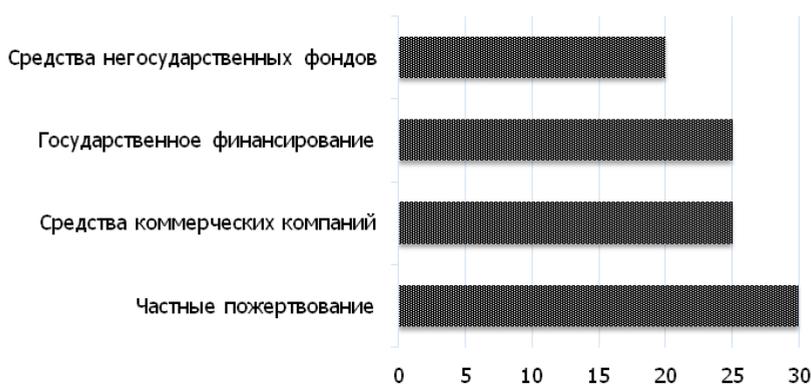


Рис. 4. Результаты ответов респондентов об актуальных источниках средств социальных проектов

Более половины респондентов считают, что возможности фандрайзинга из государственных источников сейчас растут (рис. 5). Позитивные тенденции: рост числа конкурсов, расширение тематики, увеличение денежных средств, выделяемых на конкурсы. Отрицательные тенденции: ужесточение условий участия, чрезмерный контроль за расходованием средств, серьезные вопросы к прозрачности конкурсов.

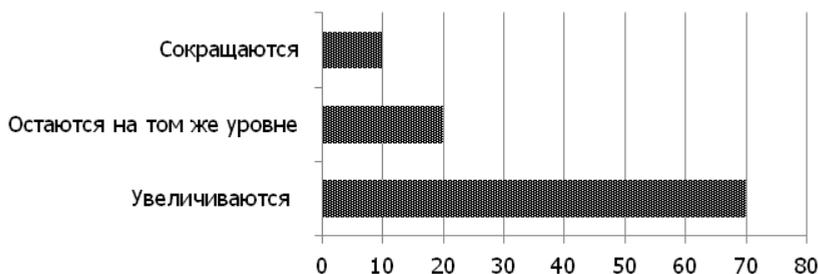


Рис. 5. Результаты ответов респондентов на вопрос о возможностях финансирования социальных проектов из государственных источников

Большая часть опрошенных считает, что возможности работы с корпоративными источниками увеличиваются. Остальные мнения разделились на тех, кто считает, что актуальность работы остается на прежнем уровне, и сокращается (рис. 6).

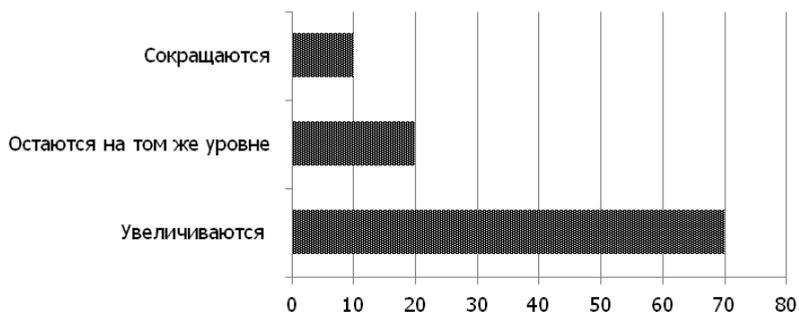


Рис. 6. Результаты ответов респондентов на вопрос о возможностях финансирования социальных проектов из бизнес-источников

Большая половина респондентов уверена, что актуальность фондов как источника финансирования социальных проектов растет, незначительная доля ответивших уверена, что актуальность остается на прежнем уровне и меньшая часть респондентов предположили, что возможности фандрайзинга через фонды сокращаются (рис. 7).

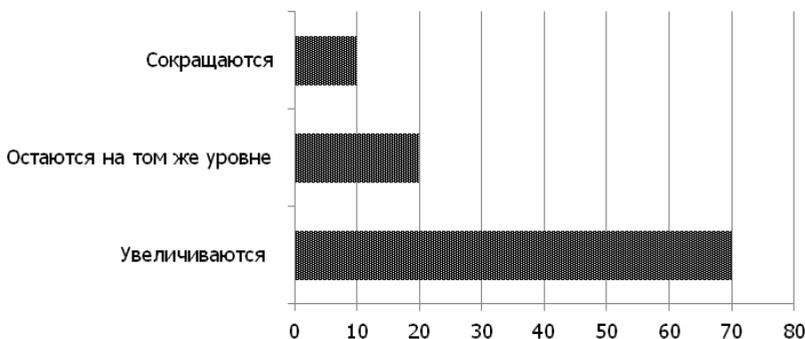


Рис. 7. Результаты ответов респондентов на вопрос о возможностях финансирования социальных проектов из фондов

Большее половины респондентов уверены, что возможности частных пожертвований растут и увеличиваются. Сокращение этого источника предположила очень незначительная часть ответивших (рис. 8).

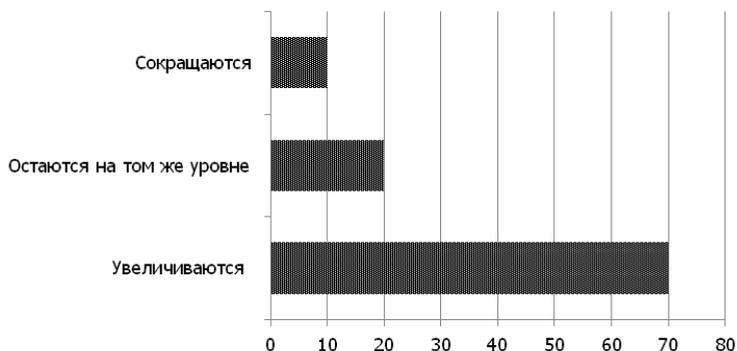


Рис. 8. Результаты ответов респондентов на вопрос о возможностях финансирования социальных проектов через пожертвования

Сравним полученные результаты с исследованием А.А. Клециной [5].

Прежде всего, необходимо отметить полную схожесть мнений относительно развития профессии фандрайзера. В целом большинство респондентов считают, что: повысился уровень подготовки профессиональных фандрайзеров, большинство фандрайзеров обучается с помощью специальной литературы, посещения семинаров, конференций, учатся на собственном опыте и опыте своих коллег. Однако отсутствие подготовки кадров по специальности слишком тормозит развитие данной профессии.

Таким образом, профессия фандрайзера актуальна в настоящий момент времени как в городе Воронеже, так и в России.

Совпадает мнение респондентов и по поводу актуальных тенденций. Как и в Воронеже, особое внимание опрошенных привлекают: аукционы, благотворительные мероприятия, телевизионная благотворительность.

Респонденты в исследованиях А.А. Клециной отметили в качестве «модных тем» в российском фандрайзинге:

- краудфандинг, привлечение средств через Интернет, продвижение проектов через социальные сети;
- мобильные технологии, sms, использование мобильных устройств;
- благотворительные мероприятия: базары-ярмарки, благотворительные аукционы и ярмарки, креативные благотворительные акции, «эвенты и прочий позитив»;
- нестандартная подача;
- корпоративное волонтерство;
- телевизионная благотворительность;
- быть волонтером, привлекать волонтеров;
- благотворительные отчисления от продажи коммерческих товаров, социально-ориентированный маркетинг);

- работа с частными пожертвованиями;
- группы для сбора на конкретного ребенка в соцсетях.

Также респонденты считают, что еще одной модной тенденцией стал интерес к социальному предпринимательству, которое хотя и не является фандрайзингом, но лежит в смежной сфере обеспечения финансовой устойчивости некоммерческих организаций.

Однако воронежские респонденты не считают продажу специализированной продукции и почтовую рассылку актуальными методами.

В вопросах о важных методах привлечения средств и платежных механизмах мнения участников воронежских и российских экспертов совпали меньше всего, большой разброс мнений был и внутри каждой из этих групп.

Актуальность подачи и продвижения проектов на конкурс подтвердили практически все.

К возможностям почтовой рассылки в России, так и в Воронеже многие респонденты относятся скептически.

Электронная рассылка, по мнению всех респондентов, обладает определенным потенциалом.

Ящики для пожертвований оказались одним из наиболее спорных методов: многие российские респонденты считают их отжившей технологией привлечения средств, в то же время заметное число воронежских экспертов говорят о несомненной актуальности этого метода в современных условиях.

Личные переговоры единодушно были признаны одним из самых надежных и эффективных методов привлечения средств.

Мероприятия и акции многие отметили как актуальный метод. В то же время большое количество российских экспертов обратили внимание на то, что достичь окупаемости событий сложно, и зачастую они больше работают как PR-инструмент, чем собственно как фандрайзинг-технология. Удачным компромиссом может стать использование чужих событий для проведения собственных фандрайзинг-акций и сборов в их рамках.

Продажа благотворительных товаров не вызвала энтузиазма у большинства участников исследования – отмечалось, что это скорее PR-ход, чем источник средств. Многие обращали внимание на то, что для успешного использования этого метода важно иметь возможность производить что-то действительно качественное с низкой себестоимостью.

В то же время благотворительные отчисления с коммерческих товаров – был отмечен в России и в Воронеже как один из весьма перспективных способов привлечения средств.

Привлечение средств через сайт и социальные сети организации многие считают актуальным подходом в привлечении микропожертвований. В то же время ряд воронежских экспертов отмечают, что потенциал этих технологий на данном этапе сложно оценить в полной мере.

Вопрос об актуальности краудфандинга вызвал целый спектр мнений

от огромного энтузиазма до крайней осторожности – в любом случае можно сказать, что пока сложно судить о том, насколько актуальной станет эта технология привлечения средств в ближайшее время, хотя интерес она вызывает заметный.

Полностью сходится и мнение о платежных механизмах/способах перечисления средств, то их можно разделить на три группы:

– однозначно актуальные: безналичные перечисления на счет организации, пожертвования по банковской карте, с использованием интернет-банкинга и электронных денег;

– спорные: передача средств через ящики для пожертвований, перевод средств через платежные терминалы и sms;

– теряющие актуальность: передача денег наличными лично в руки или в кассу организации, пожертвования «по квитанции».

Российские и воронежские эксперты уверены в успехе интегрированного подхода онлайн – офлайн, считая, что онлайн-фандрайзеры скоро перехватят инициативу и именно они будут наиболее успешными. Так или иначе, ответы на это вопрос явно указывают, что через некоторое время без онлайн-компетенций успешно заниматься фандрайзингом будет затруднительно.

Обе группы респондентов едины в том, что с большим отрывом в списке тематических приоритетов в сегодняшней России лидируют дети, особенно адресная помощь больным детям. Наиболее сложные для привлечения средств темы также были отмечены достаточно единодушно. Российские фандрайзеры дополнили ее следующими темами: химически зависимые люди, мигранты, ВИЧ-инфицированные.

Культура и образование были оценены неоднозначно. Некоторые респонденты считают их популярными, часть – непопулярными или умеренно популярными.

Половина респондентов не видит различий между регионами, еще половина такие различия отмечает.

Полностью сходятся мнения экспертов относительно актуальных источников. Согласно оценкам все источники обладают высокой актуальностью. Однако менее актуальными, чем остальные источники, были признаны средства негосударственных фондов. Наиболее актуальны, по мнению респондентов, частные пожертвования.

Выводы

В результате анализа отмечены следующие отличия регионального фандрайзинга от столичного: в столичных регионах больше средств и доноров, сосредоточено больше лиц, принимающих решения в сфере финансирования. Вместе с тем в нестоличных регионах проще получить личный доступ к частным донорам, установить взаимовыгодные отношения.

Респонденты отметили, что возможности для фандрайзинга в госу-

дарственных, корпоративных и особенно частных источников в России в настоящее время увеличиваются, в негосударственных фондах – скорее сокращаются.

Ожидается, что в будущем российский фандрайзинг станет более системным и масштабным, усилится интернет-составляющая при сохранении важности личного контакта с донором. Будут развиваться регулярные отчисления. Сценарии развития фандрайзинга будут существенно зависеть от активности и направлений его государственного регулирования, деятельности некоммерческих организаций и электронных платежей.

Данные, полученные в результате проведенного исследования в городе Воронеже, позволяют сделать вывод о достаточно благоприятной для развития фандрайзинга ситуации. Признавая наличие ряда препятствий, респонденты отмечают как рост благотворительности, так и рост профессионализма фандрайзеров, доступную инфраструктуру для фандрайзинга.

Динамично развиваются и становятся популярными мобильные технологии фандрайзинга и спектр решений, связанный с интернет-фандрайзингом: краудфандинг. Проводится большое количество благотворительных событий, они популярны среди доноров. Большое внимание уделяется нестандартным фандрайзинговым решениям: ящики для пожертвований, электронная рассылка и другие актуальные методы привлечения средств.

Респонденты предполагают, что наиболее успешны в ближайшее время будут именно те, кто успешно совмещает онлайн- и офлайн-фандрайзинг.

Проще всего в настоящее время привлечь средства, по мнению опрошенных, на помощь больным детям, сложнее всего – на правозащитные, культурные, инфраструктурные проекты.

Список источников

1. Guidance on project management, Edition 2012-09-01, Austrian Standard Institute. Доступно: <http://www.iso.org>. (дата обращения: 13.02.2016)
2. Güth W., Koukoumelis A., Ploner M., Levati V. Providing negative cost public projects under a fair mechanism: An experimental analysis, 2013. Доступно: <http://pubdb.wiwi.uni-jena.de>. (дата обращения: 12.02.2016)
3. Kahn A.J., Kamerman S.B. *International aspects of social policy* // J. Midgley M.B. Tracy & M. Livermore, The Handbook of Social Policy, 2000, pp. 479-492.
4. Бочаров В.П., Рисин И.Е., Трещевский Ю.И. *Современное региональное управление: ключевые направления, задачи, инструментарий*. Воронеж, ВГПУ, 2008.
5. Клещина А.А. *Тенденции в современном российском фандрайзинге*. Санкт-Петербург, ЦРНО, 2014.
6. Лозовану В. *Фандрайзинг: руководство для неправительственных организаций*. Asoc. Promo-LEX. Доступно: <http://www.promolex.md>. (дата обращения: 13.12.2016)
7. Локалов А.В. Ключевая роль фандрайзинга и спонсоринга в социально-значимых PR-кампаниях // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*, 2010, no. 9, с. 382.
8. Москвина А.Ю., Черникова А.В. *Практики фандрайзинга в регионах России* // Сборник кейсов, Санкт-Петербург. Доступно: <http://www.crno.ru>. (дата обращения: 13.02.2016)
9. Мясникова Т.А. *Стратегирование социально-экономического развития муниципальных образований в регионах России: теория, методология, методическое обеспечение*. Воронеж, Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2015.

10. Никитина Л.М., Степыгин Д.А. *Совершенствование региональных моделей социальной ответственности бизнес-структур: методологические, теоретические, практические аспекты*. Воронеж, Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2013.
11. Преображенский Б.Г., Трещевский Ю.И. (ред.) *Региональная социально-экономическая политика: теория, мировая и российская практика*. Воронеж, Издательство «Научная книга», 2015.
12. Свиридов А.С. *Методы исследования процессов социализации бизнеса*. Воронеж, Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2014.
13. Табачникова М.Б., Никитина Л.М. Эмпирический метод исследования сущности и содержания социальных проектов: сущность и содержание // *Регион: системы, экономика, управление*, 2013, no. 1(20), с. 36.
14. Трещевский Ю.И., Круглякова В.М. Современная практика государственного регулирования инвестиционной деятельности в субъектах РФ: общее и особенное // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2010, no. 3, с. 32-44.
15. Худышкина Н.Н., Казанцева Е.П. *Ресурсы для социальных проектов*. Екатеринбург, изд-во АМБ, 2013, с. 10-92.
16. Чумиков А.Н. *Связи с общественностью*. Москва, Издательство Дело, 2001.

FUNDRAISING IN SYSTEM OF RESOURCE PROVIDING SOCIAL PROJECTS OF THE REGION: ORGANIZATIONAL AND INSTITUTIONAL ASPECTS

Tabachnikova Maria Bronislavovna, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394006; e-mail: gmasha3@gmail.com

Purpose: definition of a state and prospects of use of fundraising in system of resource providing social projects. Detection of features of fundraising in the city of Voronezh and around Russia. An assessment of applicability of various tools of fund-raising in Russia and Voronezh. *Discussion:* in article provide experts opinion of the city of Voronezh and Russia in general and prospects of fundraising provided in implementation of social projects. Scenarios of development of fundraising will significantly depend on activity and the directions of government regulation, activity of non-profit organizations and electronic payments. *Results:* in the future, the Russian fundraising will become big and large-scale system, influence of communication on the Internet will be strengthened at preservation of importance of personal contact with leader. Regular assignments will develop. The fundraising tools having various relevance revealed. The most impotent: non-cash transfers to the account of the organization, a donation on the cash card, use of Internet banking and electronic money. Controversial issues: transfer of means through boxes for donations, transfer money via payment terminals and the SMS. Losing relevance: transfer of cash money personally in hands or in cash desk of the organization; it is donation «according to the receipt».

Keywords: social project, fundraising, fundraising tools.

References

1. List of sources Guidance on project management, Edition 2012-09-01, Austrian Standard Institute. Available at: <http://www.iso.org>. (accessed: 13.02.2016)
2. Güth W., Koukoumelis A., Ploner M., Levati V. Providing negative cost public projects under a fair mechanism: An experimental analysis, 2013. Available at: <http://pubdb.wiwi.uni-jena.de>. (accessed: 12.02.2016)
3. Kahn A.J., Kamerman S.B. International aspects of social policy // J. Midgley M.B. Tracy & M. Livermore, The Handbook of Social Policy, 2000, pp. 479-492.
4. Bocharov V.P., Risin I.E., Treshchevsky Yu.I. [Modern regional government: key directions, tasks, tools]. Voronezh, VGPU, 2008. (In Russ.)
5. Kleitsina A.A. [Tendencies in modern Russian fundraising]. Saint Petersburg TsRNO, 2014. (In Russ.)
6. Lozovanu V. [Fundraising: the management for non-governmental organizations]. Asoc. Promo-LEX. Available at: <http://www.promoLEX.md>. (дата обращения: 13.01.2016) (In Russ.)
7. Lokalov A.V. [A key role of fundraising

and a sponsoring in socially – significant PR-campaigns]. *Actual problems of humanitarian and natural sciences*, 2010, no. 9, pp. 382. (In Russ.)

8. Moskvina A.Yu., Chernikov A.V. [Practicians of fundraising in regions of Russia]. *The Collection of cases, Saint Petersburg*. Available at: <http://www.crno.ru>. (дата обращения: 13.01.2016) (In Russ.)

9. Myasnikova T.A. [*Strategy of social and economic development of municipalities in regions of Russia: theory, methodology, methodical providing*]. Voronezh, Scientific Book, 2015. (In Russ.)

10. Nikitina L.M., Stepygin D.A. [*Improvement of regional models of social responsibility of business structures: methodological, theoretical, practical aspects*]. Voronezh, Voronezh St. Univ. Publ., 2013. (In Russ.)

11. Preobrazhensky B.G., Treshchevsky Yu.I. (eds.) [*Regional social and economic policy: theory, world and Russian practice*].

Voronezh, Scientific Book, 2005. (In Russ.)

12. Sviridov A.S. [*Methods of research of processes of socialization of business*]. Voronezh, Scientific Book, 2014. (In Russ.)

13. Tabachnikova M.B., Nikitina L.M. [Empirical method of research of essence and contents of social projects: essence and contents]. *Region: systems, economy, management*, 2013, no. 1(20), pp. 36. (In Russ.)

14. Treshchevsky Yu.I., Kruglyakova V.M. [Modern practice of state regulation of investment activity in territorial subjects of the Russian Federation: the general and special]. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2010, no. 3, pp. 32-44. (In Russ.)

15. Hudyshkina N.N., Kazantsev E.P. [*Resources for social projects: methodical grant*]. Yekaterinburg, AMB publishing house, 2013. (In Russ.)

16. Chumikov A.N. *Public relations*. Moscow, Business, 2001. (In Russ.)